

Casetyö

Wii

Jarkke Tervo, Erkki Lassila, Jouni Herttuainen

Sisällys

1. Mikä on Wii?
2. Wii nyt
3. Tuote- ja markkinointi strategia
4. Wiin tulevaisuus
5. Lähteet

1. Mikä on Wii?

Wii on Nintendon valmistama 7. sukupolven¹ pelikonsoli, joka tuli markkinoille Yhdysvalloissa 19. marraskuuta 2006, Japanissa 2. joulukuuta 2006 ja Euroopassa 8. joulukuuta 2006. Wii kilpailee pelikonsolimarkkinoista tässä sukupolvessa Sonyn PlayStation3:en ja Microsoftin Xbox360:en kanssa. Miksi Wii on sitten niin erikoinen verrattuna sen pahimpiin kilpailijoihin Microsoftin Xbox360:een ja Sonyn PlayStation3:een?

Wii tunnettiin kehitystyön aikana koodinimellä Revolution ja Nintendo mainostikin konettaan etukäteen pelialaa mullistavana laitteena. Nintendo rakensi koneensa ympärille hypeä valtavasti ja kiinnostus laitetta kohtaan heräsi vuosia ennen sen varsinaista julkaisua, koska kukaan ei tiennyt mikä Revolutionin mullistava asia olisi. Hypeä kasvatti myös Nintendon epäonnistuminen sen edellisten konsolien kanssa edellisissä sukupolvissa (GameCube, Nintendo64), joten paineet menestymisestä olivat kovat.

Vuoden 2005 Tokyo Game Show pelimessuilla Nintendon toimitusjohtaja Satoru Iwata (岩田 聡) paljasti mikä tämä Nintendon vallankumouksellinen uudistus olisi ja hän esitteli Wii remoten, television kaukosäädintä muistuttavan ohjaimen, uusi tapa pelata pelejä. Wii remote on Wiin ohjain, jolla pelejä pelataan. Perinteisestä ohjaimesta poiketen Wii remotea ohjataan liikkeellä, sekä nappeja painamalla perinteisen pelkkiä nappeja painamisen sijaan. Wii tunnistaa kuinka lujaa ohjainta esimerkiksi heilutetaan, kuinka kaukana se on televisiosta ja miten päin ohjain on. Esimerkki peliksi valitsen WiiSportsin, joka on urheilupelien kokoelma, joka tulee konsolin mukana Yhdysvalloissa ja Euroopassa, (Japanissa peli myydään erikseen). WiiSportsissa on yhtenä lajina nyrkkeily. Nyrkkeilyssä Wii remoteen lisätään Nunchuck-lisäohjain, joka tunnistaa myös liikettä ja siinä on lisänappeja. Wii remote ja Nunchuck-lisäohjain nostetaan käsiin ja ohjaimia pidetään pään edessä ja sitten käsiä heilutetaan, kuin nyrkkeilisi ja hahmot ruudulla tekevät liikkeit. Pelkästä tekstistä Wiin hauskuudesta ei saa kunnollista kuvaa vaan se on koettava itse.

Muita ominaisuuksia Wiissä on sen internet palvelut. Näihin kuuluu mm. WiiConnect24 (päivittää koneen automaattisesti ollessaan kytketty verkkoon), Operan tekemä nettiselain (selaa nettiä Wiillä, vaikka olohuoneessa), ja erilaiset viestinlähetysominaisuudet koneesta toiseen. Koneella pystyy myös selaamaan valokuvia muistikortilta, pelaamaan vanhoja GameCube pelejä ja ostamaan Nintendon VirtualConsole

¹ Seitsemänten eli tämänhetkiseen sukupolven (2006-) luetaan lähiaikoina markkinoille tulleet laitteet. (Wii, Xbox360, PlayStation3) (http://fi.wikipedia.org/wiki/Pelikonsoli#Seitsem.C3.A4s_sukupolvi)

2. Wii nyt

Tässä kappaleessa arvioidaan Wiin tämän hetkistä tilannetta markkinoilla erilaisten matriisien ja käyrien avuin.

BCG-matriisissa Wii sijoittuu ehdottomasti ja selvästi Nintendon valikoimasta tähtituoteryhmään. Wii myy maailmalla, kuin leipä ja Nintendon uudet taktiikat, joiden tarkoitus on laajentaa pelaajakuntaa myös niihin henkilöihin, jotka eivät ole ennen videopeleistä välittäneet onnistunut ja ostajakunta on vain kasvanut. Blue ocean-maisesti Nintendo löysi alalta kohdan, jota muut eivät yrittäneet täyttää ja näillä näkymin kilpailijat tulevat vielä kaukana perästä havittelemaan tätä sinistä merta.

Merkittävänä uudistuksena Nintendo on saanut myös tytöt ja naiset pelaamaan, eikä täten voida enää ajatella, että pelejä pelaavat vain pikkulapset ja 18-25 vuotiaat miehet (joka toinen Nintendo DS:n omistaja Japanissa on nainen). Laskua Wiin myynteihin ei ole näkyvässä ja onkin hyvin todennäköistä, että Wiin syrjäyttää seuraava Nintendon oma laite, jolloin Wii luultavammin unohtuu kokonaan pois, eikä ole BCG-matriisin alueella ollenkaan. Esimerkkinä Nintendon muista konsoleista Nintendo DS, josta julkaistiin paranneltu malli Nintendo DS Lite, pudotti ensimmäisen DS:n täydellisesti pois myyntilistoilta. Nyt kuitenkin Nintendo julkaisi jälleen uuden mallin DS:stä, joka vähensi DS Liten myyntiä siten, että se on lypsylehmä vielä muutaman kuukauden, kunnes niitä ei myydä laisinkaan.

Wii on elinkaarikäyrällään tällä hetkellä kasvuvaiheen aivan loppuosassa. Tosin on vielä liian aikaista sanoa tarkasti missä Wii on menossa, koska Wii myy erittäin hyvin välillä tasaisesti ja välillä valtavalla nousulla. Wii voisi myös olla saavuttanut kypsän vaiheen, josta tasaiset myynnit kertovat. Ainakin Wiin kilpailija Xbox360 näyttäisi olevan kypsässä vaiheessa sen myytyä tasaisesti jo pidemmän aikaan. Sony PlayStation 3 taas saattaa siksakkia myynneissään Wiin, että Xbox360:n myyntilukujen alla. Joulusesonki nostaa taas laitteen myyntiä räjähdysmäisesti, kuten myös isojen pelinimikkeiden julkaisu koneelle. Mahdotonta on sanoa tarkkaan missä Wii on, mutta itse panostaisin pelimerkkini kasvun loppuosiin.

Diffuusiokäyrällä Wii on aikaisen enemmistön loppuvaiheissa. Asiakaskunta, joka nyt konetta on hankkimassa, on nähnyt konetta paljon mediassa ja kuulleet mukavista pelihetkistä koko perheen kanssa, joita Wii tarjoaa. Myöhempi enemmistö uskaltaa ajatella hankkivansa konsolin, jolle saa jos jonkinlaisia ja yksinkertaisia pelejä. Esimerkkeinä WiiFit (joogaa ja muuta lisälaitteena myytävän tasapainolaudan kanssa), Super Mario Galaxy (perinteinen tasohyppely) ja uusimpana WiiMusic (hauskanpitoa musiikin parissa).

Wiissä on jotain kaikille. WiiSports kaikille, WiiFit äidille ja tyttärille, VirtualConsolesta ostetut retropelit isälle, urheilu -ja toimintapelejä pojille ja isille, sekä

valtava valikoima niinsanottuja “party”pelejä porukalla pelattavaksi. Muunmuassa Rock Band ja Guitar Hero -sarjat.

3. Tuote- ja markkinointi strategia

Tässä osiossa määritämme tuote- ja markkinointi strategian Nintendon Wii:lle perustuen tietoon tuotteen ja kohdemarkkinoiden taustoista, nykytilanteen arvioinnista SWOT analyysin avulla, sekä tulevaisuuden odotuksista.

Edellisen osion perusteella voimme nähdä, kuinka Wii on uudenaikaisena tuotekonseptina vallannut uusia alueita perinteisestä pelimarkkinakentästä. Tuote on periaatteessa normaali pelikonsoli, johon on lisätty mukaan lähinnä interaktiivisuus, joten voisimme väittää, että Wii ei sinänsä ole täysin uusi tuote. Wii on enemmänkin olemassa oleva tuote, jolle on pyritty löytämään uusia käyttömahdollisuuksia. Nämä uudet käyttömahdollisuudet ja sinänsä mielenkiintoinen tarjottavien pelien strategia on kuitenkin saanut laajennettua perinteisiä pelimarkkinoita koskemaan lähes kaikkia ikäryhmiä ja molempia sukupuolia. Tämän perusteella voisimme sanoa, että Wii:n tuotestrategiana on ollut markkinoiden kehittäminen jo olemassa olevalla tuotteella. Tässä Nintendon Wii on onnistunut erittäin hyvin. Kuten Nintendon CEO Satoru Iwata on sanonut: “We are not competing against Sony or Microsoft. We are battling the indifference of people who have no interest in videogames” – Satoru Iwata, President and CEO, Nintendo Co.

Nyt siis elämme tilanteessa, jossa Nintendo on ainut merkittävä toimittaja tällä uudella markkina-alueella. Pelimarkkinoilla on kuitenkin joukko muita erittäin suuria toimijoita esimerkiksi mainitut Sony ja Microsoft, joilla on vahva markkinaosuus perinteisillä pelimarkkinoilla. Nämä toimijat voivat olla uhka Nintendon nykytilanteen hallintaan tällä uudella markkina-alueella, mikäli he haluavat lähteä kilpailemaan näistä markkinoista. SWOT analyysin avulla voimme tarkastella nykytilannetta ja tulevia mahdollisuuksia. Tätä menettelyä käyttäen yritämme löytää Nintendon sisäisiä vahvuuksia ja heikkouksia Wii konsolin osalta, sekä etsiä ulkoisia mahdollisuuksia ja uhkia. Huomaa, että tämä SWOT analyysi tarkastelee ainoastaan Wii konsolia tuotteena, vaikka yleensä SWOT analyysia käytetäänkin enemmän liiketoiminnan tarkasteluun.

Wii:n vahvuuksia ovat mm:

- Tällä hetkellä ehdottomasti paras interaktiivinen videopelikonsoli
- Pelit sopivat kaikenikäisille
- Tällä hetkellä ainoa laatuaan
- Halpa (verrattuna muihin pelikonsoleihin)
- Helppokäyttöinen

Wii:n heikkouksia:

- Alkeellinen grafiikka
- DVD ja Blue-ray teknologian puuttuminen

- Perinteinen verkkopelaaminen

Wii:n mahdollisuuksia:

- Erittäin laajat ellei rajattomat mahdollisuudet laajentaa interaktiivisten pelien tarjontaa nykyisellä konseptilla
- Laajentuminen vielä enemmän liikuntaa ja hyvinvointia edistävien sovellusten tarjontaan
- Verkkopeli sovellukset

Ulkoisia uhkia:

- Hintakilpailu jos muut toimittajat kuten Sony ja Microsoft haluavat tulla samoille markkinoille

Vaikka Wii:n pelit ovat grafiikaltaan ja tyyliältään erittäin yksinkertaisia verrattuna muihin nykyaikaisiin videopeleihin on niiden hienous juuri siinä, että ne ovat erittäin sopivia koko perheen pelejä (pääasiassa ilman väkivaltaa ja seksiä), joissa grafiikalla tai prosessorin tehokkuudella ei ole niin suurta merkitystä. Tämä on yksi syy miksi Wii konsolissa voidaan käyttää jo olemassa olevia ja edullisempia komponentteja, joiden tuotekehityskustannukset ovat erittäin pienet ja joiden laatu on erittäin hyvällä tasolla. Toiset valmistajat kilpailevat uusien ja tehokkaampien prosessorien ja grafiikkapiirien markkinoille tuonnissa, mikä taas nostaa laitteiden valmistuskustannuksia ja siten laitteiden lopullista hintaa. Tämä on yksi hyvä esimerkki niistä valinnoista, joilla Wii:n hinta on pystytty pudottamaan kilpailijoitaan alemmalle tasolle ja näin madaltamaan asiakkaan ostokynnystä. Tämä näyttää olevan oikea valinta, missä Nintendon olisi syytä pysyä myös tulevaisuudessa.

Tarjoamalla edullisia ja helppokäyttöisiä pelejä joiden idea on interaktiivisuus ja joilla pyritään edistämään pelaajan fyysistä kuntoa ja koordinaatiota on erittäin sopiva nykyiseen kiireiseen yhteiskuntaan, jossa ihmiset ovat enenemässä määrin jumittuneet paikoilleen ja jossa pakollisten fyysisten toimenpiteiden määrä on muuttunut hyvin vähäiseksi. Kun tähän ajatukseen lisätään vielä verkkopelaamisen mahdollisuus, mikä on tällä hetkellä ehkä vielä yksi Wii:n heikoista alueista, voitaisiin Wii:n vetovoimaa lisätä vielä entisestään.

Koska Wii on vielä tällä hetkellä ainoa laatuaan, on se hyvässä asemassa verrattuna muihin mahdollisiin kilpailijoihin. Yhtenä mahdollisuutena voisi nähdä yhteistyön joidenkin suurien urheiluvälinevalmistajien kanssa. Erilaisten lajiharjoitteiden kannalta Wii:n tyylinen interaktiivinen videopelikonsooli voisi tuoda uudenlaisia mahdollisuuksia erilaisten lajien harrastajille ja muille amatööriurheilijoille toisella tavalla kuin perinteinen videopelaaminen.

Keskittymällä innovoimaan erilaisia interaktiivisen pelaamisen tuomia mahdollisuuksia ja markkinoimalla näitä pelejä niille, jotka eivät ole kiinnostuneet perinteisistä pelimarkkinoista, sekä pitämällä laitteiston mahdollisimman edullisena ja

helppokäyttöisenä, uskon että Wii:llä ja sen seuraajilla on edessä suuri menestystarina videopelimarkkinoilla.

4. Wiin tulevaisuus

Tässä osiossa määritämme Wiin mahdollisen tulevan markkinointistrategian, sekä kartoitamme osan mahdollisista tulevaisuuden uhkatekijöistä.

Tämän hetken seitsemännen sukupolven konsoleista, Wii on ollut suosituin hankinta, sen hinta-laatusuhteen ja innovatiivisen peliympäristön takia. Wii möi viimeisen vuoden aikana Suomessa yli 325 000 konsolia, kun pahimmat kilpailijat; Microsoftin Xbox 360 möi noin 250 000 konsolia ja Sonyn PlayStation 3 möi vain hieman yli 125 000. Wii näin ollen myi melkein kolme kertaa enemmän kuin PlayStation 3, minkä aikaisempi malli on ollut kaikkien aikojen suosituin konsoli. Wiin myyntimäärään vaikuttaa asiakassegmentin laajuus, sillä Nintendo päätti Wiitä kehittäessä suunnata tämän konsolin jokaiselle ihmiselle, niin että jokainen saisi siitä jotakin iloa.

Tulevaisuudessa Wiin kehitystiimin tulisi panostaa paremmin ja tarkemmin toimivaan infrapuna- ja bluetoothteknologiaan, sillä juuri nämä ovat olleet Wiin menestyksen salaisuuden aheet. Tarpeeksi pitkälle kehitetyllä langattomalla teknologialla voidaan mahdollisesti saavuttaa tulevaisuudessa jokaisen SciFi-fanin unelma, toimiva virtuaalitodellisuus, mitä on kyllä aikaisemmin jo yritetty, mutta huonolla menestyksellä (Nintendon valmistama Virtual Boy mikä ei menestynyt kaupallisesti. Nintendolla olisi nyt loistava mahdollisuus tuoda peliteollisuus tämän kautta uudelle tasolle. Myöskin Wiin tunnistinteknologiaa voisi kehittää tasolle, millä laite tunnistaisi kaikki tai suuren osan kehon liikkeistä ja reagoisi muuhunkin, kuin pelkästään käsien tai jalkojenliikkeisiin ja vapauttaisi käyttäjän liikkumasta vain pienellä alueella.

Yksi Wiin suurimmista heikkouksista on ollut kriitikoiden, sekä asiakkaiden mielestä tallennustilan vähyys. Wiin kiintolevytila on vain 512Mb kun Xbox 360 tallennustilaa on saatavilla 20Gb aina 120Gb asti. Tallennustilan vähyys myös tuo ongelmia Wiin toiseen vahvaan puoleen, VirtualConsolesta ladattaviin retropeleihin. Nämä pelit ovat myös hyvä lisä Wiillä, mutta tallennustilan vähyys haittaa pelien tallennusta. Vaikkakin Wiissä on myös muistikortin paikka millä voi lisätä huomattavasti tallennustilaa, mutta VirtualConsolesta ladattuja pelejä ei voi pelata suoraan muistikortilta.

Tulevaisuuden Wiihin tai nykyiseen voisi lisätä ulkoisen tai sisäinen kiintolevyn, mihin voisi saada tallennettua ainakin tuon Xboxista jo löytyvä 20Gb kapasiteetin verran dataa. Suuremmalla kiintolevyllä Wiistä voisi mahdollisesti tulla kodin uusi viihdekeskus, johon voisi tallentaa suoraan tietokoneelta tai digiboxilta videoita, kuvia ja muuta dataa. Microsoftin Xbox360:sta löytyvästä videonlatauspalvelusta voitaisiin myös ottaa mallia. Tämä myös voisi entisestään laajentaa Wiin mahdollista asiakaskuntaa ihmisiin, jotka eivät tarvitse konsolia itsessään pelaamiseen, vaan elokuvien katseluun yms. vastaavaan

toimintaan.

Wiitä toistaiseksi on markkinoitu erilaisena konsolina, mikä ei niinkään kilpaile muiden konsolien kanssa, vaan sen tavoite olisi saada pelien ääreen kaikenikäiset ihmiset. Wiin markkinastrategia on kattanut toistaiseksi hyvin laajan osan mahdollisista asiakkaista, mutta markkinointi on ehkä hieman liian keskittynyt noin 20-vuotiaisiin kuluttajiin. Wiin todellinen erillaisuus konsolina puolestaan on sen monipuolinen pelivalikoima. Konsolille on tehty pelejä kaikenikäisille, mutta markkinointi on kohdistettu vain yhteen ikäsegmenttiin. Konsolin pelitarjonnasta nyt jo löytyy niin lapsille kuin aikuisille sopivia pelejä ja markkinoimalla pelejä nimenomaan lapsiperheille, saavutettaisiin lisää mahdollisia asiakkaita. Myöskin VirtualConsolen pelit on suunnattu lähinnä ns. ”hardcore”- tai ”oldschool”-pelaajille, eli ihmisille jotka ovat pelanneet näitä pelejä nuoruudessaan kuten 8bittiseltä Nintendolta tuttu Super Mario Bros-pelisarja. Näiden retropelien enemmän esille tuominen ja ehkä mahdollisten remake-versioiden tekeminen kyseisistä peleistä houkuttelisi lisää vanhoja pelaajia Wiin pariin. Toinen merkittävä uudistus olisi talletustilan lisääminen Wiihin. Nämä uudistukset tekisivät Wiistä todellisen koko perheen laitteen.

Uskoisin, että mikäli Nintendolla aletaan kehittää lisää edellämainittuja asioita, niin Wiin tai mahdollisen sitä seuraavan konsolin menestys olisi taattu. Tietenkin mikäli Wiin kehittäminen on lopetettu ja suuntana olisi jo seuraavan sukupolven konsoli, tarvitaan laitteistopäivitystä, sillä nyt jo Wiitä on pilkallisesti nimitetty GameCube 1.5, eli Wiin tehot ovat vain mitättömästi paremmat kuin edeltävässä konsolissa. Luonnollisesti konsoli, joka on tarkoitettu enemmän leikkimielisiin ja vanhojen pelien uudelleenjulkaisuun, tehojen ei tarvitse olla mitkään mahdottomat. Tämän takia Wiin tehoja ei voi mitenkään verrata kilpailevien konsolien tehoihin, missä konsolin kehitys on lähinnä kohdistettu tehojen lisäämiseen ja paremman grafiikan tuottamiseen.

Nykymarkkinoilla Wiille ei vielä ole ilmaantunut juurikaan uhkatekijöitä (mitä nyt Guitar Hero on jokaisen konsolin tuki), eli sinänsä Nintendolla on interaktiivisten pelien saralla teoreettinen monopoliasema. Tätä monopolia ei kuitenkaan lasketa itsessään monopoliksi, sillä Wiin kilpailijoiksi lasketaan edelleen Xbox360 ja PlayStation 3. Tulevaisuudessa kuitenkin on luultavaa, että ainakin Microsoftilta tulee Wiin kaltainen konsoli, mutta luultavasti vähintään samoilla tehoilla pyörivä, kun nykyinen Xbox360. Sonyä ei enää lasketa juurikaan tulevaisuuden uhkatekijäksi konsolimarkkinoilla sillä jo ennen PlayStation 3:n ilmestymistäkin spekulointiin, että kolmas pleikkari olisi Sonyn viimeinen konsoli. Wii on näyttänyt uuden konsolipelaamisen suunnan ja sen menestyminen on varmasti luonut suuria haasteita ja paineita kilpailijoille

5. Lähteet

- <http://en.wikipedia.org/wiki/Wii>

- 2008 Annual Report - <http://www.nintendo.co.jp/ir/pdf/2008/annual0803e.pdf>